

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pemutih Wajah
Pond's Flawless White Dalam Iklan Versi *Story Line* Di Televisi

Maria Magdalena Kumala Wardhani
042214112
Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen

Tujuan penelitian ini untuk: 1) mengetahui sikap mahasiswa angkatan 2005/2006 Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta terhadap iklan serta produk dari Pond's Flawless White, 2) mengetahui pengaruh karakteristik *personality vanity-seeking* terhadap sikap dari mahasiswa angkatan 2005/2006 Fakultas Ekonomi Program Studi Sanata Dharma, Yogyakarta terhadap iklan Pond's Flawless White yang ditayangkan versi *story line*. 3) Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari sikap terhadap iklan pada produk yang diiklankan, 4) mengetahui apakah sikap terhadap produk mempengaruhi minat beli

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Sanata Dharma pada bulan Maret 2009 dengan responden mahasiswa angkatan 2005/2006 Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan menggunakan *quota purposive convenience sampling* dengan cara mengumpulkan responden dalam suatu kelas kemudian memutar video iklan Pond's Flawless White versi *story line* dan setelah itu membagikan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis persentase, analisis Mean Aritmatika dan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah : 1a) sikap konsumen terhadap iklan dan produk Pond's Flawless White kurang baik, 1b) sikap terhadap iklan mempengaruhi sikap pada produk, dimana sikap afektif lebih dominan berperan dalam pembentukan sikap konsumen terhadap iklan Pond's Flawless White versi *story line*. 2) *vanity* (karakteristik kepribadian) berpengaruh secara signifikan pada sikap terhadap produk Pond's Flawless White. 3) sikap pada iklan berpengaruh terhadap sikap pada produk, 4) sikap pada produk memberikan pengaruh pada minat beli.

ABSTRACT

AN ANALYSIS ON INFLUENCE OF ATTITUDE TOWARDS ADVERTISEMENT ON PURCHASE INTENTION IN THE CASE OF STORY-LINE TV ADVERTISEMENT OF POND'S FLAWLESS WHITE

A Case Study on Students of 2005/2006 Batch of Economics Faculty Sanata Dharma University,
Yogyakarta

Maria Magdalena Kumala Wardhani
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The aims of this research were 1) To investigate student's attitude toward the advertisement and product of Pond's Flawless White; 2) To investigate influence of vanity-seeking traits on attitude towards advertisement; 3) To investigate the influence of attitude towards advertisement attitude on product attitude; 4) To know the influence of product attitude on purchase intention.

The research is a causal study. The research was conducted at Sanata Dharma University, Yogyakarta in March 2009 on students (batch 2005/2006) of the Economics Faculty Management Study Program. The number of respondents were 100. The research techniques were : Percentage Analysis, Mean Arithmetics and Multiple Linear Regression Analysis.

The result of the research were 1a) The consumer attitude towards advertisement and product Pond's Flawless White was not very good. 1b) The attitudes towards the advertisement influenced attitude toward the product, where the affective aspect was more dominant. 2) Vanity influenced attitude towards product. 3) Advertisement attitude influenced product attitude. 4) Product attitude influenced purchase intention.